



Programa da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2011-2012

EMPREENDEDORISMO E PLANO DE NEGÓCIOS

Curso de Mestrado em Produção de Conteúdos Digitais

1.º ano

1.º sem

3 ECTS

Carga Horária	Horas de Trabalho					Docente
	T	TP	OT	O	Totais	
-	30	5	5	5	81	Olinda Maria dos Santos Sequeira Equip. Professora Adjunta

Objectivos

A unidade curricular de Empreendedorismo deverá contribuir para um melhor conhecimento da importância do empreendedorismo, inovação e dos empreendedores enquanto elementos centrais do desenvolvimento das organizações e do processo de criação de valor. O objectivo será fornecer aos alunos uma formação sólida sobre os conceitos de empreendedorismo, inovação e cultura empreendedora. No final da unidade curricular os alunos deverão saber elaborar um plano de negócios e deter conhecimento sobre todos os elementos necessários à sua concepção. Pretende-se que o aluno reconheça a importância da gestão de oportunidades e ameaças concorrenciais, consiga equacionar a posição competitiva da organização e que esteja dotado para estabelecer objectivos e estratégias que reforcem as vantagens competitivas.

Esta unidade deverá contribuir para a compreensão do empreendedorismo como elemento diferenciador do desenvolvimento das economias.

Conteúdos Programáticos

1. INTRODUÇÃO

- 1.1. ABORDAGEM GERAL AO PROGRAMA DA UNIDADE CURRICULAR
- 1.2. CONCEITO E ORIGEM DO EMPREENDEDORISMO
- 1.3. O PERFIL DO EMPREENDEDOR
- 1.4. FATORES QUE AFETAM A ATITUDE EMPREENDEDORA
- 1.5. CULTURA EMPREENDEDORA

2. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

- 2.1. O QUE É INOVAÇÃO?
- 2.2. INOVAÇÃO E CRESCIMENTO ECONÓMICO

- 2.3. INOVAÇÃO E MERCADOS
- 2.4. EMPREENDEDOR INOVADOR

3. DA IDEIA AO NEGÓCIO

- 3.1. A FORMULAÇÃO DA IDEIA
- 3.2. DESENVOLVIMENTO E AVALIAÇÃO DA IDEIA
- 3.3. DA IDEIA À CRIAÇÃO DA EMPRESA

4. DA IDEIA AO NEGÓCIO – PLANO DE NEGÓCIOS

- 4.1. A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIOS
- 4.2. TIPOS DE PLANOS DE NEGÓCIO
- 4.3. A ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIOS
- 4.4. A ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS
- 4.5. REGRAS PARA A APRESENTAÇÃO DO PLANO

5. FINANCIAMENTO AO EMPREENDEDORISMO

- 5.1. INSTRUMENTOS DE FINANCIAMENTO TRADICIONAIS
- 5.2. INSTRUMENTOS DE FINANCIAMENTO AO EMPREENDEDORISMO

Método de Ensino

A transmissão de conhecimentos deverá ser um processo integral, que explore ao máximo as capacidades dos estudantes e os prepare para enfrentar os desafios da vida profissional. Na unidade curricular de Empreendedorismo dá-se ênfase a trabalhos de grupo que visem a criação de uma empresa e a elaboração do plano de negócios subjacente à mesma e respetiva apresentação oral, o que permitirá criar um ambiente de debate sobre o assunto em causa e dessa forma uma melhor compreensão do ambiente empresarial. A elaboração do plano de negócios será acompanhada pela docente em sala de aula. Com esta técnica o estudante muda a sua atitude passiva no processo educativo e passa a ser um ente activo, consciente das possibilidades de aplicação dos conhecimentos adquiridos e com possibilidade de os levar à prática. O aluno deve estar ao corrente dos principais assuntos económicos da actualidade. Só assim será possível, em conjunto, nas aulas teóricas-práticas, discutirmos e aplicarmos dentro da actualidade económica a matéria lecionada nas aulas.

Método de Avaliação

Nos vários momentos previstos para avaliação, a avaliação do aluno será baseada nos seguintes elementos:



- Avaliação colectiva: Elaboração escrita de um plano de negócios de uma empresa – trabalho de grupo- (70% da nota global da disciplina).
- Avaliação individual: Apresentação e discussão do plano de negócios e dos conceitos ministradas na unidade curricular (30% da nota global da disciplina).

O plano de negócios será apresentado em sessão pública.

A classificação final do aluno resultará da média ponderada dos dois elementos de avaliação. A nota mínima para aprovação na unidade curricular é de 10 valores.

Bibliografia

Drucker, P. (1985), *Inovation and Entrepreneurship - Practice and Principles*; New York.

Drucker, P. (2002), *Managing in the Next Society*; Thomson.

Freire, Adriano (2008), *Estratégia – Sucesso em Portugal*, 12ª ed. Editorial Verbo.

IAPMEI (2006), *Como Elaborar um Plano de Negócios: O Seu Guia para um Projeto de Sucesso*, <http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapitaldeRisco2604.pdf>.

IAPMEI (2006), *Guia Prático do Capital de Risco*, <http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapitaldeRisco.pdf>.

Kaplan, R. e D. Norton (1996), *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*, Boston, Massachusetts, Harvard Business School Press.

Mintzberg, H., Brian. J. (1992) *The strategy process - concepts and contexts*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Mariotti, Steve (2007), *Entrepreneurship – Starting and Operating a Small Business*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Porter M.(1991) *Estratégia Competitiva. Técnicas para análise de indústrias e da concorrência*, Rio de Janeiro: Campus.

Porter, M. (1998), *Competing Across Locations: Enhancing Competitive advantages through a Global strategy*, HBR.

Sarkar, Soumodip (2007), *Empreendedorismo e Inovação*, Escolar Editora, Lisboa

WEBGRAFIA

Academia dos Empreendedores - <http://www.anje.pt/academia/>

Associação Portuguesa de Business Angels - <http://www.apba.pt/>

Banco de Portugal- <http://www.bportugal.pt/pt-PT/Paginas/inicio.aspx>

Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas -<http://www.iapmei.pt/>

Instituto Nacional de Estatística - http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main

Instituto Nacional da Propriedade Industrial - <http://www.marcaspatentes.pt/index.php?section=40>

Livro Verde do Espírito Empresarial - <http://www.iapmei.pt/resources/download/Greenpaper.pdf>

OECD - <http://www.oecd.org/>

Planos de Negócio - http://www.bplans.com/sample_business_plans.php

Portal da Empresa - <http://www.portaldaempresa.pt/cve/pt/eol/>

Programa Estratégico para o Empreendedorismo e Inovação - <http://www.ei.gov.pt>



Pro Inno Europe - <http://www.proinno-europe.eu/>

(Equip. Prof^ª. Olinda Maria dos Santos Sequeira)